Trần Trọng Ninh

3118410319

**C2B**

**Định nghĩa:**

C2B (tiếng Anh: Consumer To Business) là mô hình kinh doanh trong đó người tiêu dùng tạo ra giá trị và bán lại giá trị đó cho doanh nghiệp. C2B là một mô hình tương đối mới, vì thế các vấn đề pháp lí tiềm ẩn vẫn chưa được giải quyết triệt để.

Trái ngược với khái niệm phổ biến về [B2C](https://vietnambiz.vn/b2c-la-gi-cac-loai-mo-hinh-kinh-doanh-b2c-20190808100636765.htm" \o "B2C) nơi các công ty cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho người tiêu dùng cuối, mô hình C2B cho phép doanh nghiệp trích xuất giá trị từ người tiêu dùng và ngược lại.

**Ví dụ:** Khi người tiêu dùng viết đánh giá hoặc đưa ra ý tưởng hữu ích để phát triển sản phẩm mới thì người tiêu dùng đó đang tạo giá trị cho doanh nghiệp nếu như doanh nghiệp chấp nhận những thông tin đầu vào đó.

**Đặc điểm:**

Mô hình **C2B** đã phát triển mạnh mẽ trong thời đại Internet vì khả năng tiếp cận những khách hàng đã có sự kết nối tới thương hiệu. Khi mối quan hệ kinh doanh đã từng chỉ là một chiều, với việc các công ty đưa dịch vụ và hàng hóa tới người tiêu dùng, mạng lưới hai chiều mới đã cho phép người tiêu dùng trở thành doanh nghiệp của chính họ.

Để mối quan hệ C2B được hình thành, những người tham gia phải được xác định rõ ràng. **Người tiêu dùng** có thể là bất kì cá nhân nào, có sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó để cung cấp cho doanh nghiệp.

**Ví dụ:** có thể là một blogger giới thiệu sản phẩm cho các nhãn hàng, một nhiếp ảnh gia cung cấp hình ảnh cho các doanh nghiệp.

**Doanh nghiệp** trong mô hình này có thể là bất kì công ty nào có kế hoạch mua hàng hóa hoặc dịch vụ từ các cá nhân trực tiếp hoặc thông qua người trung gian. Đối tượng trung gian sẽ kết nối doanh nghiệp cần một dịch vụ hoặc hàng hóa nào đó với những cá nhân có khả năng cung cấp chúng, trung gian hoạt động như một cổng thông tin cho cả người mua và người bán.

**Các trung gian** thúc đẩy hàng hóa và dịch vụ thông qua các kênh phân phối và cung cấp cho các cá nhân dịch vụ quảng cáo, hậu cần và chuyên môn kĩ thuật.